



USAL
**UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Maestría en Comercialización y Comunicación Publicitaria

Tesis

**Tema: "La búsqueda de una mismidad dialéctica entre Ética y Estética
en el Mercado del Cine"**

Premios Palma de Oro del Festival de Cine de Cannes 2000 – 2002.

Alumna: López Milka Elena

Ingresada en el año 2005

Director de Tesis: Dr. Pedro Naón Argerich

Tutor de Tesis: Dr. Luis Ibarra García

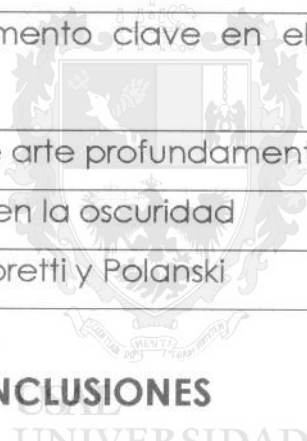
Fecha de entrega:

Año 2011

ÍNDICE

Prólogo	5
Introducción	6-9
Antecedentes del tema	10-14
Problemas: Interrogantes preliminares	15-16
Objetivos	17
Marco de referencia	18
Hipótesis	18
Descripciones temáticas	18-19
Diseño metodológico	20-21
Etapas de investigación	22
MARCO TEÓRICO	
1. El cine y el difícil equilibrio económico - sociocultural	24-29
1.1. El cine como entretenimiento	29-32
2. El "Gran Cine"	33
2.1. El arte y la "Révolte"	33-34
2.2. La existencia de una mismidad dialéctica entre ética y estética	35-37
2.3. La fusión de la tragedia antigua en la Modernidad	37-38
2.4. Sueño y embriaguez	38
3. El cine como un medio capaz de ser éticamente responsable	39-41
3.1. Condición fundamental: un espectador juicioso y crítico	41
3.2. La misión democratizadora del cineasta	41-43
3.3. La calidad en el cine	43-46
4. Marketing en el cine	47-48
4.1. Investigación de Mercado	48-52

4.2. Estreno Internacional	52
4.3. Festivales y Mercados de Cine	53
5. El poder del medio cinematográfico	55-56
5.1 Negocios y cine de autor	57-62
5.2. El arte de la narración está en decadencia	62-64
MERCADO	
6. Empresas autóctonas vs. Empresas multinacionales	66-67
6.1. La clave es la distribución	68-70
6.2. Palma de oro: una de las claves del éxito económico	70-71
7. Datos cuantitativos de los films Palma de Oro 2000-2002	72-73
7.1. Mercado Mundial del 2000 al 2002	73
7.2. La presencia de Hollywood en el Mercado Mundial	74
FILMS	
8. Bailando en la oscuridad de Lars von Trier	76-77
8.1. Sinopsis	77
8.2. Lars Von Trier y el manifiesto Dogma-95	77-79
8.3. Lars von Trier: dos mundos, dos estéticas	79-80
8.4. Bailando en la oscuridad: Primera reflexión	80-82
8.5. La escena de las confesiones	82-83
8.6. La escena de la muerte de Bill	83
8.7. La escena de los 107 pasos	84-85
8.8. La ejecución	85-87
8.9. Bailando en la oscuridad: conclusiones	87-88
8.10. Bailando en la oscuridad y la crítica	88

9. La habitación del hijo de Nanni Moretti	89
9.1. Sinopsis	90
9.2. La habitación del hijo: primera parte	90-92
9.3. La habitación del hijo: segunda parte	92-95
9.4. La habitación del hijo: tercera parte	95-98
9.5. La habitación del hijo: conclusión	98-99
10. El Pianista de Roman Polanski	100-101
10.1. Polanski, su historia y la de Szpilman	101-102
10.2. Sinopsis	102-103
10.3. Contexto histórico	103
10.4. Cronología del relato fílmico	104-106
10.5. Análisis semiológico del encuentro	106-115
10.6. La música como elemento clave en el desarrollo del relato	116-117
10.7. El Pianista: una obra de arte profundamente humana	117-118
10.8. El Pianista vs. Bailando en la oscuridad	119-121
10.9. La muerte en Trier , Moretti y Polanski	122
 <p style="text-align: center;">CONCLUSIONES</p> <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD DEL SALVADOR</p>	
Cuadro analítico de los resultados	124-125
Conclusión final	126-127
Bibliografía	128-129
Filmografía	130
Anexo I	131-136
Anexo II	137-143
Anexo III	144-151

Prólogo

A partir de la Modernidad, el hombre siente que pesa sobre él la responsabilidad humana en la creación de sentido, al ser él mismo el dueño de sus principios éticos. Como dice Gianni Vattimo, *"El desencanto del mundo es simultáneamente el reconocimiento de la exclusiva responsabilidad humana en la creación de sentido, y del hecho de que tal responsabilidad sea un derecho-deber del individuo"*.¹ De tal forma, el desencanto del hombre tiene directa relación con la toma de consciencia de la inexistencia de valores objetivos.

Por lo tanto, en nuestro mundo posmoderno, luego de la denominada "Muerte de Dios" o "Del desencanto del hombre" algunos creen en "El arte por el arte" y otros en "La glorificación del dinero". Personalmente, intento ser parte de los que se hallan en "la búsqueda de un encuentro entre la ética y la estética" al interior de las industrias culturales.

La idea aquí, es analizar críticamente la posibilidad de un encuentro entre ética y estética donde la incidencia social de las historias prime sobre las expectativas comerciales de los mercados; proponiendo una reflexión crítica sobre "la ética de la primera persona" y el concepto de "alteridad" aplicados al cine de autor de nuestros tiempos.

Milka López

¹ Gianni Vattimo, *Ética de la interpretación*. Paidós Studio, 1991, Barcelona. Pág. 194.

Introducción

Gracias a que las máquinas han reemplazado al hombre (en lo que respecta a tareas monótonas) el trabajo humano hoy exige, no tanto la fuerza física, como una exigencia interior más humana, profunda y ética.

Según dos reconocidos analistas contemporáneos de los medios de comunicación, Armando Fumagalli² y Gianfranco Bettetini³ en *"Lo que queda de los medios"*⁴, el trabajo profesional debe ser vivido *"como parte de un proyecto de buena vida que sepa relativizar las exigencias estructurales y de mercado dentro de una escala de valores que tiene en su vértice aquellos propiamente personalistas"*⁵.

Por tal motivo, considero indispensable comenzar éste trabajo con la siguiente idea: Resulta supremo que *"el sentido de responsabilidad y la consciencia ética del trabajo"*⁶ prime por sobre todo y ante todo.

² Armando Fumagalli, profesor de Semiótica y Director del Master en Escritura de guiones y producción de Tv y Cine en la *Università Cattolica del Sacro Cuore* en Milán. A su vez, es professor y miembro directivo del Master en escritura de guiones en la *Universidad de Los Andes* en Chile.

<http://www.socialtrendsinsitute.org/Activities/Culture-and-Lifestyles/Fashion-image-and-identity-/Armando-Fumagalli>

³ Gianfranco Bettetini, Nacido en Milán en 1933. Estudió ingeniería electrónica en su ciudad natal. En 1956 comenzó su actividad docente, que pasó por Milán, Génova, Bolonia y Roma, y ha versado sobre la historia del cine y la semiología del espectáculo. En 1976, ganó la cátedra de Teoría y Técnica de la Comunicación de Masas. Actualmente es profesor en la *Universidad Católica de Milán*, de cuya *Scuola Superiore delle Comunicazioni Sociali* fue director. Ha sido profesor visitante de varias universidades extranjeras, entre ellas la *Universidad de Navarra* (España) y *Piura* (Perú). Es miembro del Consejo científico del *Istituto Gemelli Musatti* para los problemas de la Comunicación. Entre sus libros: *L'audiovisivo: dal cinema ai nuovi media*, Bompiani, Milán, 1996; *Teoria della Comunicazione*, 2 vol., Franco Angeli, Milán, 1994; *Le nuove tecnologie della comunicazione* (con Fausto Colombo), Bompiani, Milán, 1993; *Semiotica della comunicazione d'impresa*, Bompiani, Milán,

<http://www.infoamerica.org/teoria/bettetini1.htm>

⁴ Gianfranco Bettetini y Armando Fumagalli, *"Lo que queda de los medios"*. La crujía Ediciones, Buenos Aires, 2001.

⁵ Gianni Vattimo, *"Ética de la interpretación"*. Paidós Studio, Barcelona, 1991, 300, p.

⁶ Ídem, p. 301.

Y así, por más que sintamos que las decisiones éticas y estéticas que tomemos como profesionales de los medios no podrán modificar la cruel realidad que nos rodea... Como dicen Fumagalli y Bettetini⁷: *"Esta acción me cambia a mí, que la llevo a cabo."* Si soy el director, el guionista o el productor de una película vacía de contenidos significativos, concebida desde su origen con un único fin económico, soy un profesional que no ejerce una *"ética de la primera persona"*⁸. Entiendo, así, que debemos ser claros y rechazar propuestas ilícitas que nos alejen de una bella o dolorosa verdad.

En relación a lo antedicho, considero, que en nuestra actual cultura cibernética de los Mercados, es posible (y debe ser así) concebir al cine como un medio que trasciende el mero entretenimiento al ser capaz de generar espacios propicios de reflexión ética - estética. Y creo fervientemente en el postulado que proponen Fumagalli y Bettetini de que *"la narrativa tiene el poder de revelar el mundo"*. Además afirmo que el cine, como arte e industria, no existe sólo para generar riqueza económica sino que existe para generar riqueza cultural en primera instancia y, como consecuencia de ello, riqueza económica.

Por lo tanto, en el devenir de ésta tesis se hablará de "cine reponsable" como paradigma y sinónimo de "buen cine". Entiendo por "bueno" en el sentido en que lo expresa Mariano Ure: *"Bueno es lo que hace que el ser sea reapropiado..."*⁹. Es lo que une y no separa, es aquello *"...que orienta, o al menos debería, las elecciones que la persona enfrenta en su vida diaria."*¹⁰ Por consiguiente, el "buen cine" es aquel generado por profesionales que se encuentran responsablemente en la búsqueda de orientar sus acciones, elecciones creativas y de negocio a partir de la idea del "bien común" y de reconocer al otro en calidad de "tú". Expresa Ure: *"...decir "tú" es aceptar al otro tal cual es y entregarse a él... ¿Qué es entonces lo intercambiado? El ser con el don de uno mismo"*¹¹. Es decir, comunicación entendida como intercambios de dones y búsqueda de la verdad. De tal modo, ejercer la alteridad implica involucrarse con el

⁷ Bettetini Gianfranco y Fumagalli Armando, *"Lo que queda de los medios"*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2001.

⁸ Con el fin de que nos guíe en nuestros actos y decisiones profesionales.

⁹ Ure Mariano, *"Filosofía de la comunicación en tiempos digitales"*. Editorial Biblos, Buenos Aires, 2010, p. 33.

¹⁰ Ídem.

¹¹ Ídem, p. 57.

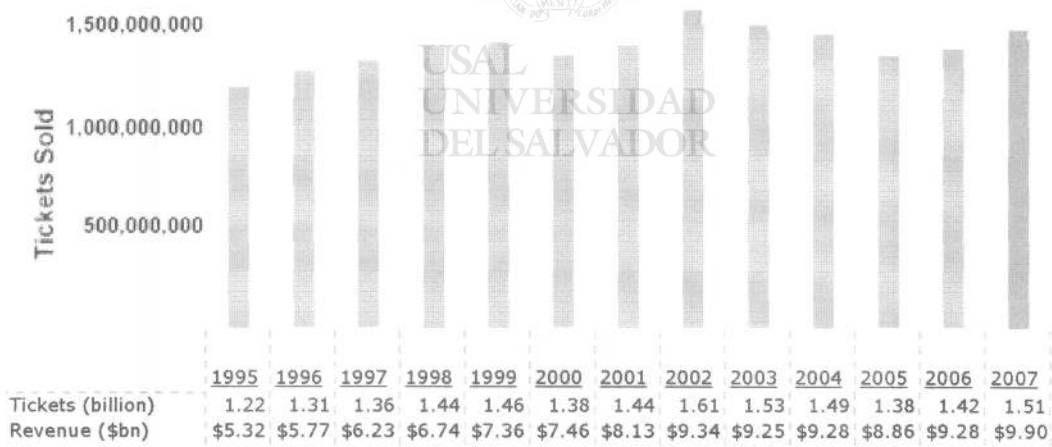
otro "...desde el compromiso por contribuir activamente en la realización del sí mismo del otro..."⁴⁴

Así, pues, mi interés al decidir desarrollar el tema de la búsqueda de una mismidad dialéctica entre la Ética y la Estética en el Mercado del Cine, es el de realizar un verdadero aporte al campo de la Ética de la Comunicación¹²; con el fin de que los profesionales de los medios, en particular los profesionales de la industria cinematográfica¹³ presionados por la leyes del Mercado, repensemos al cine como un medio capaz de ofrecer intuiciones que permitan desarrollar en los espectadores juiciosos y reflexivos un profundo acercamiento al mundo de la ética y de la estética.

MB

Considero pertinente aclarar que el campo de estudio de éste trabajo se circunscribe, como caso práctico, al cine galardonado con la Palma de Oro en el Festival de Cine de Cannes del año 2000 al año 2002. Por tal motivo, a continuación copio cuadro donde pueden observarse datos cuantitativos de las ventas anuales de tickets en salas de EEUU.

US Movie Market Summary 1995 to 2007- Annual Ticket Sales¹⁴



Los datos cuantitativos representados en el cuadro indican que del año 2000 y al año 2002 se alcanzó un Ingreso por tickets en las salas de los EEUU de \$ 24.93 billones de dólares.

¹² Al interior de las industrias culturales.

¹³ Tres son los subsectores de la industria cinematográfica: la producción, la distribución y la exhibición.

¹⁴ Fuente: <http://www.the-numbers.com/market/>

Ante ese dato de la realidad, el eje de éste trabajo es la decisión ética y estética del profesional de los medios al momento de realizar una selección y representación de un tema X destinado a millones de espectadores. Un profesional que inmerso en un Mercado que genera billones de dólares anuales, como dice Alejandro Pardo, debe estar *"motivado por cuestiones que van más allá de la dimensión económica"*¹⁵.

De tal modo, me ha parecido ilustrativo rescatar a los films galardonados con la Palma de Oro en el Festival de Cannes del año 2000 y 2002, como representantes de un cine reflexivo, bello y ético, que intenta dar cuenta de la posibilidad de encuentro entre la ética y la estética en el Mercado de la industria cinematográfica al concebir al cine como un medio de comunicación masivo que espera espectadores críticos.

Antes de analizar dicho material, intentaré abordar algunas otras ideas (desde el campo de la estética, la ética y el marketing) que nos ayudarán a contemplar con mayor sustancia conceptual, analítica y crítica los films seleccionados y sus mercados.

En síntesis: La idea es reflexionar como sujetos creadores conscientes, las acciones, consecuencias y fines de las construcciones simbólicas/discursivas que circulan dentro del universo del Mercado del Cine.

¹⁵ Pardo Alejandro, "La grandeza del espíritu humano: El cine de Puttman". Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 2003, p. 25.

Antecedentes del tema

De la información relevada, se infiere que es un tema a desarrollar de carácter interdisciplinario (ética, estética, marketing) y/o transdisciplinario¹⁶. Por lo tanto, los ensayos o textos que se citan a continuación se relacionan de forma indirecta con la "búsqueda de una mismidad dialéctica entre la ética y la estética en el Mercado del Cine del Festival de Cannes 2000-2002".

En el período de relevamiento bibliográfico he encontrado un texto denominado "*Ética y Cine*", un compilado de escritos de diversos autores (alumnos o docentes de la Cátedra de Psicología, Ética y Derechos Humanos de la Facultad de Psicología de la UBA participantes de los Ciclos de Cine de dicha Facultad) donde se realizan análisis del lenguaje cinematográfico de diversas películas a modo de aproximación al tema pero sin un marco teórico definido. (Si bien he decidido no utilizar dicho texto considero profesionalmente ético nombrar la existencia del material).

Sí es de gran relevancia a la temática la existencia de un ensayo escrito por Eugenio Tria¹⁷: "*Ética y Estética*" (Kant, Wittgenstein, Hegel) escrito para el seminario sobre la Crítica del Juicio que se realizó en 1989 en el Instituto de Filosofía del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Dicho texto, si bien no reflexiona específicamente sobre la Ética y la Estética en el Cine, alude específicamente a la "misteriosa identidad entre la ética y la estética" en el arte.

"*La Crítica del juicio*"¹⁸ y "*La Crítica de la Razón Pura*"¹⁹ de Immanuel Kant tendrán un carácter de apoyo teórico-reflexivo en el tratamiento de los conceptos de "bello" y "moral" previo a la escritura

¹⁶ Ford Aníbal, "Navegaciones, comunicación, cultura y crisis", Amorrortu editores, Buenos Aires, 2001, p. 148, "...cuando los campos a investigar explotan hacia diversos conjuntos transdisciplinarios, plurales, no unificados".

¹⁷ Trias Eugenio, "*Ética y Estética*" (Kant, Wittgenstein, Hegel). Instituto de Filosofía y Visor Distribuciones, Madrid, 1990.

¹⁸ Kant Immanuel, "*La Crítica del juicio*". Editorial Losada, Buenos Aires, 2004.

¹⁹ Ídem.

definitiva de la Tesis²⁰ y del consecutivo abordaje al texto de Eugenio Trías "*Ética y Estética*" (a partir del cual se basará filosóficamente la Tesis).

Martha Nussbaum²¹ en su libro "*Justicia Poética*" realiza valiosos aportes a la temática elegida; si bien, se interesa por las contribuciones de la literatura al derecho y no específicamente al cine. Dicha autora considera a la novela como un género literario que sirve de eje de reflexión ética en nuestra cultura y; a su vez, reconoce que el cine puede ser un medio capaz de ser éticamente responsable.

"*De la ética desprotegida*", coordinado por Mónica Codina²², constituye un estudio interdisciplinar que analiza los problemas deontológicos del mundo de la información. La pregunta clave que se plantea en el prólogo: *¿Es posible una ética para los profesionales de la comunicación?* Uno de los capítulos ha sido dedicado al cine de la mano de Alejandro Prado quien subraya la responsabilidad del director junto con los productores y guionistas.

En el desarrollo del proyecto de tesis he conocido, a través de las palabras de Alejandro Pardo²³, a un productor de principios llamado Puttman²⁴ el cual adhiere a la idea de que el cine "*es una institución social cuya naturaleza trasciende al mero entretenimiento*"²⁵. Pardo analiza y desarrolla en profundidad, en su libro "*La grandeza del espíritu*

²⁰ Immanuel Kant trata en la *Crítica del Juicio* el concepto de lo bello y en la *Crítica de la Razón Pura* el concepto de lo moral en apariencia como si ámbos conceptos fueran compartimentos estancos. Pero en la "*La Crítica del Juicio*" (Editorial Losada, Buenos Aires, 2004, sección segunda de la crítica de la Facultad de juzgar estética, p. 208) afirma: "*De la belleza como símbolo de la moralidad*"... y dice: "*Pues bien, yo digo que lo bello es el símbolo moralmente bueno, y asimismo sólo en este aspecto gusta con la pretensión de tener asentimiento de todos los demás, convicción en que el espíritu tiene al propio tiempo conciencia de cierto ennoblecimiento y elevación...*" Sin desarrollar y fundamentar en profundidad aquella dicha frase, Kant quita sutilmente el velo e inspira interrogantes respecto a un posible encuentro entre estética y ética como si su teoría filosófica debiera ser continuada (y a mi juicio es Eugenio Trías quien interpreta en esa dirección la posible mismidad entre conceptos en apariencia antagónicos).

²¹ Nussbaum Martha, "*Justicia Poética*". Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile, 1997.

²² Codina Mónica (compiladora) "*De la ética desprotegida*" (Ensayos sobre la deontología de la comunicación) Eunsá, Pamplona, 2001.

²³ Pardo Alejandro, "*La grandeza del espíritu humano: El cine de Puttman*". Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 2003.

²⁴ Productor de "Carros de Fuego", "Los gritos del silencio", "La misión" etc.

²⁵ Pardo Alejandro, "*La grandeza del espíritu humano: El cine de Puttman*". Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 2003.

humano: *El cine de Puttman*", la idea de entender al cine "... como espejo o modelador de la sociedad..."²⁶. Los principios ético-profesionales de Puttman, agente activo dentro de la industria cinematográfica de su tiempo, guiarán la construcción de los conceptos a desarrollar.

El texto que me ha inspirado en la elección del tema ha sido "*Lo que queda de los medios*" de Gianfranco Bettetini y Armando Fumagalli²⁷. Dichos autores, realizan un interesante análisis en relación a la dimensión ética de los profesionales a cargo de los medios; y a su vez, realizan una inteligente crítica a la cultura que hace del arte un absoluto sin sentido.

Gabriela Goldstein, en su libro "*La experiencia estética*"²⁸ considera que en el encuentro con lo bello... el placer estético... remonta al espectador a lugares remotos donde algo imprevisto se revela. Goldstein entiende que lo que revela el placer estético es algo profundo e íntimo latente en el sujeto inconsciente.

Eugenio Trías, en su obra filosófica "*Lo bello y lo siniestro*"²⁹ afirma que lo siniestro debe estar latente como condición y límite para que el efecto estético se produzca. Así, lo siniestro en la obra de arte debe estar presente en forma de ausencia. El efecto estético se halla en esta paradójica conexión. A su vez, en su libro "*Pensar la religión*"³⁰ Trías reflexiona en torno a la necesidad acuciante de pensar la religión en relación al símbolo, a lo sagrado, a la revelación y a la experiencia interna del sujeto con Dios en tiempos de la posmodernidad. (Las palabras de Trías junto a las palabras de Goldstein serán el marco de apoyo desde la estética en los capítulos pertinentes al análisis discursivo de los films seleccionados).

²⁶ Pardo Alejandro, "*La grandeza del espíritu humano: El cine de Puttman*". Ediciones Internacionales Universitarias. Madrid, 2003, p. 27

²⁷ Bettetini Gianfranco y Fumagalli Armando, "*Lo que queda de los medios*" (Ideas para una ética de la comunicación). La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2001.

²⁸ Goldstein Gabriela, "*La experiencia estética*". Escritos sobre psicoanálisis y arte. Introducción sobre la experiencia estética. Del estante editorial, Buenos Aires, Argentina, 2005, p. 15

²⁹ Trías Eugenio, "*Lo bello y lo siniestro*". Editorial Ariel, Barcelona, 2006, p. 12.

³⁰ Trías Eugenio, "*Pensar la religión*". Grupo Editor Altamira, Buenos Aires, 2006.

Sören Kierkegaard³¹, en su libro *"De la tragedia"* desarrolla la repercusión de la tragedia antigua en la moderna. Los conceptos de "héroe trágico" y "cupla trágica" junto los conceptos de "apolíneo" y "dionisiaco" vertidos por Friedrich Nietzsche en su obra *"El origen de la tragedia"*, serán de importancia sustancial al tratamiento analítico del film *"Danzar en la oscuridad"* de Lars von Trier.

Sánchez Ruiz³², en su texto *"El Cine latinoamericano: ¿Mercado de Consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?"*, analiza el mercado de la industria cinematográfica en Europa, Latinoamérica y EEUU. En dicho dossier, el autor da cuenta de la debilitada fragmentación del mercado cinematográfico en Europa y en Latinoamérica. Redondo Ignacio³³, analiza cuantitativa y cualitativamente el mercado del cine Europeo en comparación con las tendencias del mercado del cine de Hollywood. Ambos autores conformarán el marco conceptual de los capítulos referidos a mercado.

El libro *"Todo sobre el negocio del cine"*³⁴, un compilado realizado por Jason E. Squire, ofrece la posibilidad de escuchar diversas voces de expertos en la industria del cine de EEUU. Los conceptos recopilados por Squire serán relevantes en el capítulo de Mercado (marketing de películas, distribución cinematográfica, festivales de cine, mercados del cine y el negocio de la exhibición).

José Miguel Valdecantos³⁵, en su libro *"El Cine de Nanni Moretti"*, reflexiona en torno a la obra del director italiano. Sus apreciaciones serán el soporte bibliográfico en los ítems referentes al análisis del discurso cinematográfico del film *"La stanza del figlio"* de Nanni Moretti.

Jack Stevenson³⁶, en su texto *"Lars von Trier"* analiza críticamente la obra cinematográfica del director nacido en Dinamarca. Sus reflexiones en torno al film *"Danzar en la oscuridad"* conformarán el

³¹ Kierkegaard Sören, *"Temor y Temblor"*. Editorial Losada, Buenos Aires, 2003.

³² Enrique E. Sánchez Ruiz, *"El Cine latinoamericano: ¿Mercado de Consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?"*. Revista de Economía Política de las tecnologías de la Información y la comunicación. Dossier Especial: Cultura y Pensamiento, Volumen II -Dinámicas Culturales, Diciembre del 2006.

³³ Redondo Ignacio, *"Marketing en el cine"*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2000.

³⁴ Jason E. Squire, *"Todo sobre el negocio del cine"*. T&B Editores, Madrid, 2006.

³⁵ Valdecantos José Miguel, *"El Cine de nanni Moretti"*. Ediciones Jaguar, Madrid, 2004.

³⁶ Stevenson Jack, *"Lars Von Trier"*. Editorial Paidós, Barcelona, 2005.

marco conceptual de los ítems referentes al análisis del discurso cinematográfico de dicha película.

J.M. Caparrós Lera³⁷, en su obra *"El cine del nuevo siglo (2001-2003)"*, dedica un apartado al film *"El pianista"*... *"Polanski evoca el holocausto con una obra maestra: El pianista"*. El análisis del discurso fílmico realizado por Caparrós Lera, a partir de citas enunciadas por el crítico Ángel Quintana, será el soporte conceptual en el ítem referente al análisis cinematográfico del film de Polanski.

El libro *"Cómo se hace una película"*³⁸, de Linda Seeger y Edward J. Whetmore, recopila información concreta de la industria actual del cine en Hollywood a partir de entrevistas realizadas a productores, directores, guionistas, actores y compositores del medio. Ofreciendo, así, datos cualitativos de relevancia al tema tratado en ésta Tesis.

Robert Mackee³⁹, en su obra *"El guión"*, desarrolla los mecanismos imprescindibles para todo profesional del cine que quiera plasmar una idea en la pantalla. Serán de gran relevancia para la Tesis sus reflexiones entorno a la relación causa-efecto entre la erosión de los valores y la erosión de la narración⁴⁰.

En la etapa final de éste trabajo he leído el libro *"Filosofía de la comunicación en tiempos digitales"*⁴¹ de Mariano Ure. En dicha lectura descubrí que el modo de explorar la "alteridad" que propone Ure y su forma reconocer y comunicar el "tú" retroalimentará mi visión ética del tema a desarrollar.

³⁷ Caparrós Lera José María, *"El cine del nuevo siglo (2001-2003)"*. Ediciones Rialp, Madrid, 2005.

³⁸ Seger Linda y Whetmore Eward J., *"Cómo se hace una película"*. Ediciones Robinbook, s. l., Barcelona, 2004.

³⁹ McKee Robert, *"El Guión"*. Alba Editorial, Barcelona, 2008.

⁴⁰ MacKee ha colaborado en la creación de algunos de los guiones de las películas más premiadas de Hollywood.

⁴¹ Ure Mariano, *"Filosofía de la comunicación en tiempos digitales"*. Editorail Biblos, Buenos Aires, 2010.

Problema: Interrogantes preliminares

Como lo he adelantado en el prólogo, el hombre posmoderno siente que cae sobre él la responsabilidad humana en la creación de sentido. Entonces, a partir de aquella premisa, plantéo aquí los siguientes interrogantes: ¿Es él mismo el dueño de sus principios éticos? El desencanto del hombre posmoderno ¿tiene directa relación con la toma de consciencia de la inexistencia de valores objetivos?

A su vez, el cine como arte e industria ¿es una institución social que contribuye al desarrollo de la cultura popular? ¿Tiene el poder de configurar identidades culturales significativas... además de entretener y de generar riquezas? ¿Es posible generar productos audiovisuales de alta calidad en cuanto a profundidad de pensamiento junto con riqueza económica significativa?

¿Es posible... intentar dar cuenta de la responsabilidad ética del profesional de cine en el proceso de "selección" y "representación" artística? ¿Es posible... reflexionar acerca de los aportes éticos-estéticos del "Gran Cine"⁴² al bien común y... generar interrogantes que permitan a los profesionales de los medios repensar desde la ética y la estética los criterios, modos y fines de selección, producción y representación de contenidos?

¿Es plausible... difundir la idea de que el cine es un medio capaz de educar y enriquecer culturalmente a las actuales y futuras generaciones... al comunicar la presencia del espectador emotivo⁴³, juicioso, crítico, reflexivo y en dialogo con otros para bien suyo y de la comunidad en su totalidad?

⁴² Ver definición de "Gran Cine" p. 33.

⁴³ Martha Nussbaun, *"Justicia Poética"*. Capítulo 3 Emociones racionales. Editorial Andrés Bello, Barcelona, 1997, pp. 107-108. Adam Smith no creía que la racionalidad ideal estuviera desprovista de emociones... al considerar que "el papel rector de las emociones constituía un ingrediente esencial de la racionalidad pública". Según Martha Nussbaun, para ser una buena guía la emoción debe ser de un espectador (no de un participante) y "debe estar informada por una visión verdadera de lo que sucede".

En fin... ¿Es posible discutir pensamientos éticos – estéticos dentro del universo del Mercado de la Industria audiovisual con el propósito de estimular y acrecentar la producción, distribución, publicidad y exhibición del cine de autor de diversas nacionalidades? ¿Es posible un encuentro dialéctico entre ética y estética en un producto audiovisual y/u obra de arte?

Tema exo. Casaca
de preguntas con flejas



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR